

中国电子商务协会
副会长李一杨
作序推荐

凤凰高新教育 罗奕炎◎编著

淘宝、天猫 微店

网店SEO搜索营销

从入门到精通

丰富的教学视频

与书同步的155分钟视频教程
5小时手把手教您装修高品质店铺视频教程
15个网店宝贝优化必备技能视频教程
手把手教你把新品打造成爆款视频教程
6小时Photoshop照片处理视频教程

超实用电子书

新手开店快速促成交易的**10种技能**
不要让差评毁了你的店铺——应对差评的**10种方案**
你不能不知道的**100个**卖家经验与盈利技巧

超人气素材

28款详情页设计与描述模板
46款搭配销售套餐模板
162款秒杀团购模板
200套首页装修模板
396个关联多图推荐格子模板
330个精美店招模板
660款设计精品水印图案
2000款漂亮店铺装修素材

配套的PPT课件

制作精美，拿来就用

赠送



配套光盘



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

淘宝、天猫 微店

网店SEO搜索营销

从入门到精通

凤凰高新教育 罗奕炎◎编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书全面、系统地讲解淘宝、天猫、微店三大网店的网络 SEO 营销推广的相关方法与技巧,旨在帮助从事开网店创业的新手学到经验,避免走弯路,以及帮助已有网店但经营效果不理想,不会网店 SEO 营销与推广的店主快速改变经营思路、策略与方法,以达到快速实现店铺盈利的目的。

全书以“网店 SEO 搜索营销入门知识→淘宝、天猫站内 SEO 搜索营销技能→淘宝、天猫站外 SEO 搜索营销技能→微店 SEO 搜索营销技能”为写作线索,分为 4 个部分,共 8 章内容。

第 1 篇为网店 SEO 搜索营销入门知识(第 1~2 章),系统地介绍网店 SEO 与店铺流量的重要性,以及淘宝、天猫、微店 SEO 的概念,并且了解和认识淘宝和天猫的搜索机制与展示机制,以及新手做 SEO 的相关误区。第 2 篇为淘宝、天猫站内 SEO 搜索营销技能(第 3~5 章),重点介绍淘宝店、天猫店的站内 SEO 搜索营销措施、方法与技巧,包括网店的基础优化方法、标题关键词与标题组合优化,以及产品上架后的相关优化方法。第 3 篇为淘宝、天猫站外 SEO 搜索营销技能(第 6 章),主要介绍淘宝、天猫站外 SEO 搜索营销的途径、方法与技巧。第 4 篇为微店 SEO 搜索营销技能(第 7~8 章),重点介绍淘宝、天猫、微店在移动端的 SEO 营销方法与相关技能。

本书不仅适合在校大学生、初创业者、兼职寻求者,作为学习用书,也适合有产品、有门店想扩大销售渠道的商家及个体老板学习参考,还可作为各类院校或培训机构电子商务相关专业的教材参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝、天猫、微店网店 SEO 搜索营销从入门到精通 / 凤凰高新教育, 罗奕炎编著. —北京: 北京大学出版社, 2017.8

ISBN 978-7-301-28373-8

I. ①淘… II. ①凤… ②罗… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 125806 号

- | | |
|-------|--|
| 书 名 | 淘宝、天猫、微店网店 SEO 搜索营销从入门到精通 |
| | TAobao, TianMao, Weidian Wangdian SEO Sousuo Yingxiao Cong Rumeng Dao Jingtong |
| 著作责任者 | 凤凰高新教育 罗奕炎 编著 |
| 责任编辑 | 尹毅 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-28373-8 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路 205 号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博: @北京大学出版社 |
| 电子信箱 | pup7@pup.cn |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62580653 |
| 印 刷 者 | 三河市博文印刷有限公司 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 18.5 印张 彩插 2 466 千字 |
| | 2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷 |
| 印 数 | 1—3000 册 |
| 定 价 | 49.00 元 |

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系。电话:010-62756370

Preface

序言

“电子商务”开创了全球性的商业革命，带动商业步入了数字信息经济时代。近年来我国电子商务发展迅猛，不仅创造了新的消费需求，引发了新的投资热潮，开辟了新的就业增收渠道，为“大众创业、万众创新”提供了新空间，同时加速与制造业融合，推动服务业转型升级，催生新兴业态，成为提供公共产品、公共服务的新力量，成为经济发展新的原动力。

在商务部、中央网信办、发改委三部门联合发布的《电子商务“十三五”发展规划》中，预计到2020年将实现电子商务交易额超过40万亿元，同比“十二五”末翻一番，网络零售额达到10万亿元左右。电子商务正以迅雷不及掩耳之势，进入到百姓生活的方方面面，可以说，电子商务已经成为网络经济中发展最快、最具潜力的新兴产业，而且是一个技术含量高，变化更新快的行业，要做好电子商务产业，应认清行业的发展趋势，快速转变思路，顺应行业的变化。电商行业的发展呈现了以下5个较为鲜明的发展趋势。

移动购物。2016年天猫“双十一”全天交易总额为1207亿元，其中无线端贡献了81.87%的占比，这是阿里巴巴举办“双十一”8年来的最高交易额，比2015年全年交易额的912亿元、无线端贡献的68%，有了大幅度增长。随着智能终端和移动互联网的快速发展，移动购物的便利性越来越突出。在主流电商平台的大力推动下，消费者对于通过移动端购物的接受程度也大大增加，用户移动购物习惯已经养成。无线购物正在迅猛地发展，21世纪不仅仅是PC端网购的时代，更是无线端网购的新时代。

电子商务向三、四、五线城市及农村电商渗透。如果说前10年是电子商务的起步和发展阶段，一、二线城市享受着电子商务带来的产业升级变化和大众的生活便利，那么，后10年会是三、四、五线城市，以及农村电商发展的黄金时期。随着国家政策的大力扶持，以及交通运输、网络物流的改善，电商正在逐渐渗透到三、四、五线城市及农村电商市场。

社交购物。社交购物的模式大家一定不陌生，在我们的社交平台上已经充斥着各种各样的电商广告，同时通过亲人、朋友等向我们推荐，作为我们的购物参考。社交购物可以让大家在社交网络

上更加精准地营销，更个性化地为顾客服务。

大数据的应用。大家知道如果以电子商务的盈利模式逐渐作为一个升级，最低级的盈利是靠商品的差价。往上一点的是为供应商商品做营销，做到返点。再往上一点的盈利是靠平台，通过流量、顾客，然后收取平台使用费和佣金提高自己的盈利能力。再往上一点是金融能力，也就是说为我们的供应商、商家提供各种各样的金融服务得到的能力。而在电子商务迅猛发展的今天，我们要通过电子商务顾客大量的行为数据，分析和利用这个大数据所产生的价值，这个能力是当前电子商务盈利的最高层次。

精准化营销和个性化服务。这个需求大家都有，都希望网站为我而设，希望所有为我推荐的刚好是我要的，所以以后的营销不再是大众化营销，而是精准化营销。而这个趋势也是基于数据应用来实现的，通过数据的分析为顾客提供个性化的营销和服务。

然而，随着我国电子商务的急剧发展，互联网用户正以每年 100% 的速度递增，电子商务人才严重短缺，预计我国在未来 10 年大约需要 200 万名电子商务专业人才，人才缺口相当惊人。行业的快速发展与人才供应不足的矛盾，形成电子商务领域巨大的人才真空。从社会调查实践来看，大量中小企业正在采用传统经济与网络经济相结合的方式生产经营，对电子商务人才的需求日益增加。

面对市场对电子商务人才的迫切需求，人才的培养已得到普遍重视，国内很多大学及职业院校都已开设了电子商务专业，力争在第一时间将符合需求的专业人才推向市场。目前市场上关于电子商务的图书很多，但很多图书内容时效性差、技术更新落后、理论多于实际操作。北京大学出版社出版的这套电子商务教程，结合了当前几大主要电商运营平台（淘宝、天猫、微店三大平台），并针对电商运营中重要的岗位（如网店美工、网店运营推广）和热点技术（如手机淘宝、大数据分析、爆款打造）等，进行了全面的剖析和系统的讲解。我相信这套教程是中国电子商务人才培养、产业发展创新的有效补充，能为电商企业、个体创业者、电商从业者带来实实在在的帮助。互联网的发展很快，电商的发展更是如此，相信电商从业者顺应时代发展，加强学习，一定能做出自己更大的成绩。

中国电子商务协会副会长
李一杨

Foreword

前言

◆ 致读者

淘宝、天猫是目前最具有代表性、也最具有优势的电商创业平台，每年踊跃加入淘宝、天猫创业的新人络绎不绝！微商，继阿里巴巴、淘宝、天猫之后，已成为移动互联网时代最先进的电子商务模式。从2013年的诞生，2014年的快速发展，到2015年、2016年的微商创业大爆发。目前，超过6亿智能手机用户的广阔市场，为微商创业者提供了巨大的商业发展空间，微商已成为当下很多普通创业者的创业与致富之路。

但是，很多网店卖家都感觉现在生意越来越难做了，开网店赚钱比以前越来越难了。其实，并不是没有市场和赚钱的机遇，只是扶持网店创业、一夜暴富的时代已经过去。很多卖家不赚钱，就是因为思维跟不上，不理解买家的需求变化，不懂网店经营的内在规则，自己的专业能力也跟不上。大部分的卖家只会做三件事：降价促销、花钱买广告、刷单提排名。卖家要想赚钱，而且要让网店长青，卖家除了要有优势的货源外，还必须让自己具有专业的网店营销与推广技能。

在电子商务时代如何赚钱？流量是基础！店铺流量相当于实体店的人流量，没有流量就不可能有成交。事实上，淘宝、天猫、微店的流量引入与优化都有一套成体系的方法，许多卖家之所以无法突破流量和成交的关口，就是因为不懂网店SEO营销与推广的技能，花了很多广告费而成交量起不来。本书专攻淘宝、天猫及微店的SEO搜索优化，帮助卖家找到最合适的引流方法，让自己的店铺能实实在在地赚到钱。

◆ 本书内容

全书以“网店SEO搜索营销入门知识→淘宝、天猫站内SEO搜索营销技能→淘宝、

天猫站外 SEO 搜索营销技能→微店 SEO 搜索营销技能”为写作线索，分为 4 个部分，共 8 章内容。

第 1 篇为网店 SEO 搜索营销入门知识（第 1～2 章），系统地介绍网店 SEO 与店铺流量的重要性，以及淘宝、天猫、微店 SEO 的概念，并且了解和认识淘宝和天猫的搜索机制与展示机制，以及新手做 SEO 的相关误区。

第 2 篇为淘宝、天猫站内 SEO 搜索营销技能（第 3～5 章），重点介绍淘宝店、天猫店的站内 SEO 搜索营销措施、方法与技巧，包括网店的基础优化方法、标题关键词与标题组合优化，以及产品上架后的相关优化方法。

第 3 篇为淘宝、天猫站外 SEO 搜索营销技能（第 6 章），主要介绍淘宝、天猫站外 SEO 搜索营销的途径、方法与技巧。

第 4 篇为微店 SEO 搜索营销篇（第 7～8 章），重点介绍淘宝、天猫、微店在移动端的 SEO 营销方法与相关技能。

◆ 本书特色

本书充分考虑初学开店用户的实际情况，通过通俗易懂的语言、翔实生动的实例，系统完整地讲解了“淘宝、天猫、微店”的营销与推广等相关技能。本书具有以下特色。

① 真正“学得会，用得上”。全书围绕当前最实用、最流行的三大创业平台——淘宝、天猫、微店来讲述网店 SEO 营销与推广等方面的知识。即使读者以前完全不懂 SEO，也能由此入门，懂得如何选择关键词、如何把它们组成标题，知道前期选哪些关键词、后期如何优化标题，对商品排名因何而起、为何而衰心里有数，明白上下架时间的选择，清楚主图和详情页该如何配合标题，更清楚关键词、商品和店铺权重的区别和关联，了解一些提升权重中重要的细节，避免出错。

② 图文讲解，易学易懂。本书在讲解时，一步一图，图文对应。在操作步骤的文字讲述中分解出操作的小步骤，并在操作界面上用“①、②、③……”的形式标出操作的关键位置，有些地方还标识出操作的关键提示文字，以帮助读者快速理解和掌握。

③ 案例丰富，参考性强。全书总结了 21 个“大师点拨”的内容，汇总成功卖家的经验心得，吸取成功卖家的方法、策略，并将他们之所以成功的宝贵经验加以总结和提炼，帮助卖家提高开网店的成功率，以及提高网店产品的销售量，赚取更多的利润，让卖家少走弯路。

④ 思维导图，直观易学。所谓字不如图，在信息化时代，人们对图的接受效率要远远高于文字。本书穿插了大量的思维导图，帮助卖家理清复杂的 SEO 体系知识。

⑤ 疑难解答，少走弯路。全书穿插了 30 多个关于网店 SEO 优化的疑难问答，解决了卖家最容易犯错或疑惑的疑难问题。

◆ 超值光盘

本书配套光盘内容丰富、实用、超值。不仅赠送与书同步的打造爆款教学视频，还赠送了皇冠卖家运营实战经验、运营技巧的相关电子书。另外，还为新手卖家提供了丰富的网店装修模板。具体内容如下。

1. 实用的开店视频教程

- ① 5小时手把手教您装修高品质店铺视频教程。
- ② 15个网店宝贝优化必备技能视频教程。
- ③ 手把手教你把新品打造成爆款视频教程。
- ④ 6小时 Photoshop 照片处理视频教程。
- ⑤ 与书同步的155分钟网店SEO视频教程。

2. 超值实用的电子书

- ① 新手开店快速促成交易的10种技能。
- ② 不要让差评毁了你的店铺——应对差评的10种方案。
- ③ 你不能不知道的100个卖家经验与赢利技巧。

3. 超人气的网店装修与设计素材库

- ① 28款详情页设计与描述模板（PSD分层文件）。
- ② 46款搭配销售套餐模板。
- ③ 162款秒杀团购模板。
- ④ 200套首页装修模板。
- ⑤ 396个关联多图推荐格子模板。
- ⑥ 330个精美店招模板。
- ⑦ 660款设计精品水印图案。
- ⑧ 2000款漂亮店铺装修素材。

4. PPT 课件

本书还提供了较为方便的PPT课件，以便教师教学使用。

◆ 读者群体

本书尤其适合以下类型的读者学习参考。

- ① 在淘宝、天猫平台开店的店主。
- ② 淘宝、天猫、微店的运营或客服人员。
- ③ 品牌企业的电商部门人员。
- ④ SEO专员。
- ⑤ 互联网运营专员。

- ⑥ 电商产品经理。
- ⑦ 各类院校或培训机构电子商务相关从业人员。

本书由凤凰高新教育策划并组织编写。全书由开店经验丰富的网店卖家、运营经理、网络 SEO 专家等人员共同参与编写，同时也得到了众多淘宝、天猫、微店卖家及运营高手的支持，他们为本书奉献了自己多年的运营实战经验，在此向他们表示衷心的感谢。同时，由于互联网技术发展非常迅速，网上开店的相关规则也在不断变化，书中疏漏和不足之处在所难免，敬请广大读者及专家指正。

读者信箱：2751801073@qq.com

投稿邮箱：pup7@pup.cn

读者 QQ 群：218192911

Contents

目录

第 1 篇 网店 SEO 搜索营销入门知识

第 1 章 SEO 搜索营销基础解析

- 1.1 SEO 的基础知识 / 2
 - 1.1.1 SEO 的概念及优化要点 / 2
 - 1.1.2 淘宝 SEO 的概念及优化要点 / 5
 - 1.1.3 网店商品类目和 SKU 的概念 / 8
 - 1.1.4 认识淘宝的标签 / 11
- 1.2 淘宝和天猫的搜索机制 / 16
 - 1.2.1 关键词搜索机制 / 16
 - 1.2.2 类目搜索机制 / 19
 - 1.2.3 店铺搜索机制 / 21
- 1.3 淘宝和天猫搜索的展现机制 / 27
 - 1.3.1 综合排序展示 / 27
 - 1.3.2 人气排序展示 / 28
 - 1.3.3 销量排序展示 / 29
 - 1.3.4 价格排序展示 / 30

本章小结 / 34

第 2 章 搜索规则的误区及六大盲区

- 2.1 流量优化的 2 个错误思维 / 36
 - 2.1.1 没有计划地进行广告引流 / 36
 - 2.1.2 不会从多个维度考察引流因素 / 37
- 2.2 新手易闯入的六大盲区 / 41
 - 2.2.1 产品虚假交易 / 42
 - 2.2.2 产品 SKU 作弊 / 46
 - 2.2.3 店铺重复铺货 / 53
 - 2.2.4 产品错放类目、属性 / 58
 - 2.2.5 产品滥用、堆砌标题关键词 / 63
 - 2.2.6 详情页描述不符 / 64

本章小结 / 67

第 2 篇 淘宝、天猫站内 SEO 搜索营销技能

第 3 章

SEO 搜索营销第一步—— 做好基础优化

- 3.1 主图优化 / 69
 - 3.1.1 优秀主图的评判标准 / 70
 - 3.1.2 高协调性主图的设计方法 / 74
 - 3.1.3 实用型商品主图卖点挖掘与描述 / 81
 - 3.1.4 以美观为主的商品卖点挖掘 / 85
- 3.2 产品上下架时间优化 / 94
 - 3.2.1 理性地判断店铺竞争力 / 94
 - 3.2.2 找准竞争较小的时段 / 98
 - 3.2.3 找准流量较大的时段 / 100
 - 3.2.4 精细化避开竞争对手 / 103
- 本章小结 / 106

第 4 章

SEO 搜索营销第二步—— 标题关键词及标题组合

- 4.1 建立关键词词库——十大找词渠道 / 108
 - 4.1.1 从 PC 端、移动端搜索下拉列表框中找词 / 108
 - 4.1.2 通过移动端“方块词”找词 / 111
 - 4.1.3 通过淘宝排行榜找词 / 112
 - 4.1.4 通过“您是不是想找”找词 / 115
 - 4.1.5 通过“掌柜热卖”找词 / 116
 - 4.1.6 按产品属性找词 / 116
 - 4.1.7 通过“生意参谋”——市场行情找词 / 117
 - 4.1.8 通过“生意参谋”——专题工具找词 / 122

- 4.1.9 通过直通车找词 / 124
- 4.1.10 通过“TOP20W”找词 / 125

- 4.2 高效筛选关键词 / 129
 - 4.2.1 快速去掉违禁关键词 / 130
 - 4.2.2 去掉不合适的品牌词 / 131
 - 4.2.3 去掉不相关的词 / 132
 - 4.2.4 去掉“外强中干”的词 / 133
 - 4.2.5 一步去掉重复的词 / 135
- 4.3 关键词数据分析的四大维度 / 139
 - 4.3.1 关键词与消费人群的匹配度 / 139
 - 4.3.2 分析关键词的最优类目 / 143
 - 4.3.3 关键词点击率分析 / 145
 - 4.3.4 关键词转化率分析 / 146
- 4.4 组合标题 / 150
 - 4.4.1 深度了解什么是标题 / 151
 - 4.4.2 如何组合标题 / 153
- 本章小结 / 156

第 5 章

SEO 搜索营销第三步—— 产品上架后的优化

- 5.1 免费流量优化——标题 / 价格 / 属性 / 158
 - 5.1.1 黑马关键词替换 / 159
 - 5.1.2 及时调整价格，在同行中保持优势 / 163
 - 5.1.3 商品属性词分析，优化搜索流量 / 171
- 5.2 付费流量优化——直通车弯道超车策略 / 179
 - 5.2.1 寻找让直通车流量飙升的词 / 179

- 5.2.2 花最少的钱换最多的流量 / 182
- 5.3 活动流量优化——玩转天天特价 / 188
 - 5.3.1 磨刀不误砍柴工，天天特价的准备 / 188

- 5.3.2 天天特价活动中的玩法 / 194
- 本章小结 / 196

第3篇 淘宝、天猫站外 SEO 搜索营销技能

第6章

站外 SEO 搜索营销让流量快速增长

- 6.1 了解站外 SEO / 198
 - 6.1.1 什么是站外 SEO / 198
 - 6.1.2 站外 SEO 的八大渠道 / 200
- 6.2 基于论坛的站外 SEO / 203
 - 6.2.1 注意论坛推广的五大误区 / 203
 - 6.2.2 十大套路写出点击率超高的标题 / 206

- 6.2.3 如何写出好的推广软文 / 210
- 6.3 基于自媒体平台的 SEO / 214
 - 6.3.1 主流自媒体平台深度解读 / 214
 - 6.3.2 建立“鱼塘”——打造自己的自媒体窗口 / 218
- 6.4 基于淘宝客的 SEO / 223
 - 6.4.1 最划算佣金比的设置技巧 / 223
 - 6.4.2 淘宝客的招募和维护 / 226
- 本章小结 / 229

第4篇 微店 SEO 搜索营销技能

第7章 淘宝和天猫移动端 SEO 技巧

- 7.1 淘宝、天猫移动端搜索排名揭秘 / 231
 - 7.1.1 移动端的多维度排序 / 231
 - 7.1.2 移动端搜索最重要的十一大权重 / 234
 - 7.1.3 移动端流量分布图 / 238
 - 7.1.4 移动端搜索引擎三大原则 / 241
- 7.2 淘宝、天猫移动端 SEO 搜索优化 / 243

- 7.2.1 占领移动端流量的关键词优化 / 243
- 7.2.2 千人千面——移动端价位优化 / 248
- 7.2.3 移动端直通车要这样开 / 251
- 7.2.4 设定实施微淘引流计划 / 253
- 本章小结 / 262

第8章 微店 SEO 搜索营销

- 8.1 微店 SEO 搜索营销基础 / 264

- 8.1.1 4个增加店铺流量的设置技巧 / 264
- 8.1.2 微店的三类关键词 / 268
- 8.1.3 标题关键词的选择及标题组合 / 269
- 8.2 微店 SEO 营销的关键是软文 / 277
 - 8.2.1 微店平台文章投稿技巧 / 278
 - 8.2.2 写出能激发顾客点击欲望的软文 / 279

- 8.2.3 店长笔记、店铺公告向顾客传达信息 / 281

本章小结 / 284

附录

电子商务常见专业名词
解释（内容见光盘）

第1篇

网店 SEO 搜索营销入门知识

该篇系统地介绍了网店 SEO 与店铺流量的重要性，以及淘宝、天猫、微店 SEO 的概念，并且了解和认识淘宝和天猫的搜索机制与展示机制，以及新手做 SEO 的相关误区。

第1章

SEO 搜索营销基础解析

本章导读



本章是淘宝 SEO 一书的入门章节，本章重点讲解网站的搜索优化思路，其重要性在于概括引导全书的重点内容，让读者在脑海中形成 SEO 搜索营销的完整知识体系。只有形成知识体系，才能在后面的优化工作中清楚地知道优化方法与步骤，做到事半功倍。

知识要点



通过本章内容的学习，大家能够清楚淘宝、天猫、微店 SEO 的概念，并且了解淘宝和天猫的搜索机制与展示机制。学完本章内容后需要掌握的相关技能如下。

- 淘宝、天猫、微店 SEO 知识体系
- 优化淘宝搜索流量的路径是什么
- 如何从用户的搜索行为中发现流量优化方法
- 淘宝和天猫的展示规则是什么
- 如何正确利用淘宝和天猫的搜索规则为店铺引流



1.1 SEO 的基础知识

经营网店的卖家都知道，SEO 与店铺流量紧密相关。但是不少卖家却对 SEO 的知识内容没有一个系统的了解，导致无从下手。事实上，SEO 是一个宽泛的概念，淘宝、天猫、微店 SEO 是包含在 SEO 知识体系中的一个分支。在淘宝、天猫、微店 SEO 中，又包括了商品标题优化、主图优化、站内站外流量的优化等。各位卖家只有对 SEO 的概念有了系统的认识，才能在第一时间找出提高店铺流量的有效方法。

1.1.1 SEO 的概念及优化要点

SEO 是由英文 Search Engine Optimization 缩写而来，中文意译为“搜索引擎优化”。从 SEO 的翻译来看便知道，它指的是通过调整网站的结构、内容、代码，以及进行站外推广等方法来优化网站的流量。目的在于满足网站的流量需求，同时引入精准用户，实现利润最大化。

1. SEO 的运用范畴

既然 SEO 指的是搜索引擎优化，那么只要存在搜索的地方就会涉及 SEO。在国内的网站平台中，最常见的 SEO 有搜索引擎 SEO、购物网站 SEO 等。所以淘宝 SEO 包含于整个 SEO 大范围体系中。

(1) 搜索引擎 SEO

在搜索引擎中，百度是大家所熟知的搜索引擎之一。同时，百度搜索引擎也是全球最大的中文搜索引擎，并且是国内使用人数最多的搜索引擎之一。理解了百度 SEO 的概念就能理解搜索引擎的 SEO 概念，也就是说由百度的例子可延伸到搜狗搜索引擎、雅虎搜索引擎、谷歌搜索引擎等例子上。

如图 1-1 所示，当用户在百度搜索引擎中搜索“英语培训”关键词时，出现了一系列的内容。而这些内容排名的先后顺序直接影响了该网站的用户搜索流量大小。排名越靠前的网站，得到的点击率自然也越高。

由此可见，搜索引擎 SEO 关系到网站的用户搜索流量。



图 1-1

(2) 购物网站 SEO

购物网站 SEO, 顾名思义, 是指在购物网站中不同商品的流量优化。以淘宝为例, 如图 1-2 所示, 搜索关键词“短靴”出现了大量的短靴商品。排名越靠前的商品就会被越多的买家看到, 这件商品的流量自然会更大, 而正常情况下, 销量会随着流量水涨船高。购物网站 SEO 的重要性, 由此可见一斑。



图 1-2

2. SEO 优化总思路

在明白了什么是 SEO 后, SEO 的重要性也显现出来了。要想做好 SEO, 就必须清楚系统地优化思路, 而不是像无头苍蝇一样乱撞。图 1-3 所示的是搜索优化的总体思路。

这张思路图初看起来有的内容比较陌生, 但是文字加粗的内容对淘宝卖家来说却很熟悉。这正是因为淘宝 SEO 是包含于整个 SEO 体系中的内容, 其内部思路必然有相通之处。从大处着手, 形成搜索优化思路, 然后便能从小处着手, 从而形成网站搜索优化整体思路。

分析这张优化思路图, 会发现其核心在于以下几个方面。

(1) 内部优化

这就相当于淘宝店铺中的内容优化。

(2) 外部优化

其中“保持链接多样性”指的就是有多个外部链接能引入流量，如博客、论坛、B2B、新闻、分类信息、贴吧、问答、百科、社区、空间、微信、微博等相关信息网站的链接。这与淘宝设置外部链接的道理一致。

而“外链组建”指的是定期添加外部链接，保证关键词排名。

“链接交换”指的是与相关性较高的网站进行链接交换，以稳定关键词排名。这在网站搜索优化中也很常见，不少卖家都会与外部网站进行合作。

(3) 链接优化

通过优化链接来优化搜索流量。在这个版块的内容中，网店卖家会发现更多与网店 SEO 相关的内容。

例如，“对网站结构优化”，这就类似于网店首页的优化，通过调整首页的布局、导航，从而合理分配全铺流量。

又如，理解搜索引擎对网页的抓取规则，这就类似于研究淘宝系统对商品标题的拆词规则，从规则出发，进行搜索流量优化。

再如，对关键词进行优化，这更是与淘宝 SEO 紧密相关的内容。卖家们通过关键词的数据分析，找出最有竞争力的关键词，提高自然搜索流量。这将是本书重点介绍的内容之一。

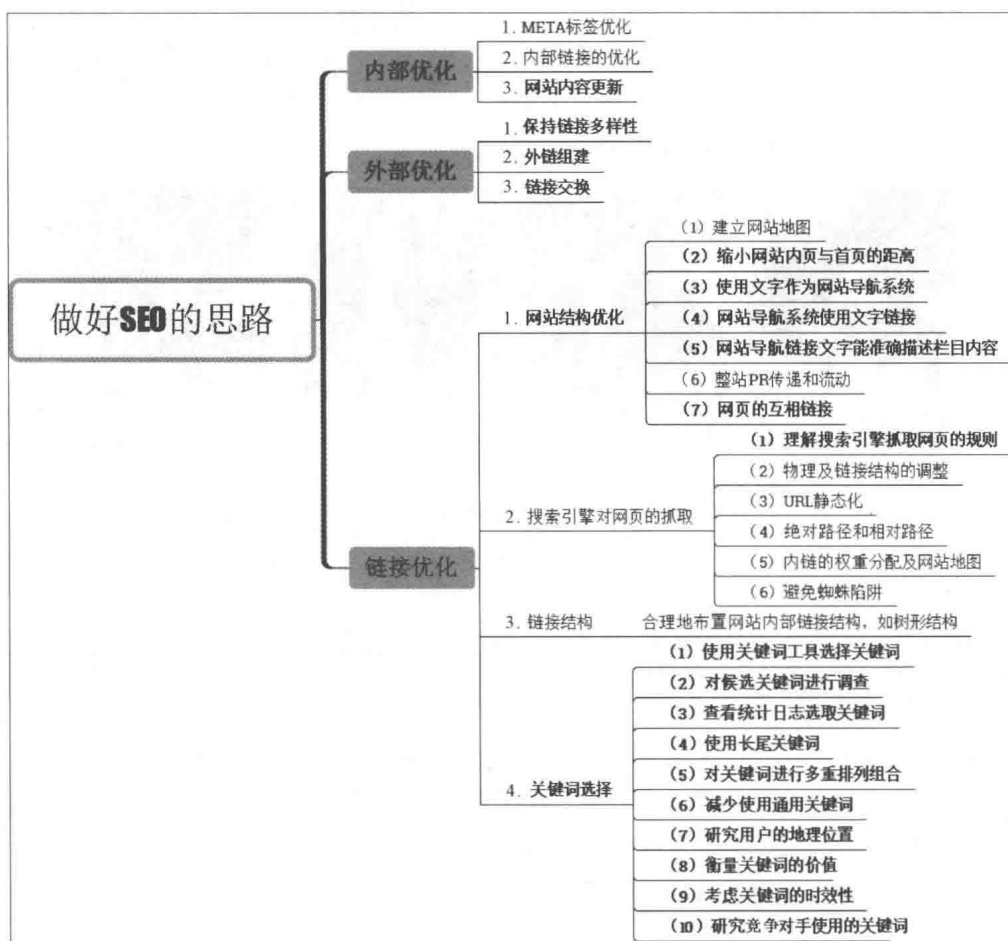


图 1-3